

พลิกโฉม ศรีจันทร์

นำกลยุทธ์ด้วย Digital Marketing

Digital Marketing เป็นการทำการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล ซึ่งรวมถึงการส่งข้อมูล ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ การโฆษณาบนป้ายอิเล็กทรอนิกส์ การเชื่อมโยงเว็บไซต์กับเสิร์ชเอนจิน และช่องทางออนไลน์อื่นๆ โดยปัจจุบันการทำการตลาดบนสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, YouTube และ Instagram เป็นที่นิยมอย่างมากเนื่องจากลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ ทุกที่ทุกเวลาที่ต้องการและยังสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ ให้ความโฆษณาได้อีกด้วย



คุณรวีศ หาญอุตสาหะ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ศรีจันทร์สโสด จำกัด ได้เข้ามามีการเปลี่ยนแปลงองค์กรครั้งใหญ่ โดยเริ่มต้นจากการแก้ไข Internal Operation เปลี่ยนการทำงานบนกระดาษมาใช้ Excel แบบง่ายๆ แล้วจึงหันมาใช้ SAP System ซึ่งสามารถป้อนข้อมูลได้ทุกสัปดาห์ และทำให้คนในองค์กรเกิดความตื่นตัวในการทำงาน

ขณะเดียวกันก็ให้ความสำคัญอย่างมากกับการทำ Market Research เพื่อค้นหาแนวคิดและพฤติกรรมของผู้บริโภค สำหรับใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การทำโฆษณา และการหาช่องทางในการจำหน่ายสินค้า ศรีจันทร์ จึงได้ทำการ Re-branding โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เปลี่ยน Package และวางกลยุทธ์การตลาดด้วยการออกแคมเปญโฆษณาที่ขายผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าอยากได้ ก่อนแล้วค่อยเฉลยว่าเป็นศรีจันทร์ เพื่อไม่ให้ลูกค้ารู้สึกว่าเป็นสินค้าที่เขย่งผลให้ รายได้เติบโตขึ้นถึง 20 เท่า

5A | การทำการตลาดใช้แนวทาง Customer Journey ในยุคดิจิทัลประกอบด้วย 5 A คือ

Awareness

ทำให้ลูกค้ารับรู้ว่ามีแบรนด์นี้อยู่ ผ่านโฆษณาสินค้าในช่องทางต่างๆ ด้วยความเชื่อที่ว่าลูกค้าไม่ได้ซื้อเพราะโฆษณา แต่จะไปค้นหาข้อมูลต่อเอง

Appeal

ทำให้ลูกค้ารู้สึกดีต่อแบรนด์ โดยเน้นการทำ Wow Factor

Ask

ทำให้ลูกค้าสามารถค้นหาข้อมูลและรีวิวได้ง่าย โดยมีการเตรียม Keyword สำหรับค้นหาข้อมูลผ่านทาง Google, Social Media และ YouTube รวมถึงการรีวิวจาก Beauty Blogger

Act

ทำให้ลูกค้าทดลองซื้อใช้ โดยต้องเข้าใจว่าคนซื้อคือใครและทำอะไร ให้ลูกค้าหยุดดูสินค้า เช่น ดึงความสนใจด้วยการร่วมสนุกลุ้นรางวัล เมื่อซื้อสินค้าตามมูลค่าที่ตั้งไว้ ซึ่งส่งผลให้ยอดขายเพิ่มขึ้นถึง 3 เท่า

Advocate

ทำให้ลูกค้าซื้อซ้ำและบอกต่อ ด้วยการมอบความรับผิดชอบให้แก่พนักงานขายที่อยู่หน้าร้านในยุคปัจจุบัน

หากธุรกิจไม่เข้าใจพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนไป โดยเชื่อโฆษณาจากแบรนด์น้อยลง แต่เชื่อข้อมูลจากเพื่อนหรือรีวิวบนอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนใหญ่ก็ยากที่จะทำให้สินค้าไปอยู่ในใจของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้